الدرس الاول : مفهوم التجارة الالكترونية و فوائدها و محدداتها

المعلومات التي توفرها شبكة الانترنت

1- الاطلاع على منتجات الاف الشركات .
2- توفير الاحصائيات الحكومية .
3- أسعار الاسهم .
4- المعلومات المالية .

التجارة الالكترونية

- هي مجموعة متكاملة من عمليات التسويق والانتاج والتوزيع والبيع للسلع والخدمات باستخدام شبكة الانترنت .

مراحل تطور التجارة الالكترونية او تتطور التجارة الالكترونية " ناقش هذه العباره " ؟

1- بدات تطبيقاتها بالتحويلات الالكترونية المالية للمؤسسات العملاقة وبعض الشركات الصغيرة .
2- تم ادخال التبادل الالكتروني للبيانات EDI الذي ادى توسع تطبيق مفهوم التجارة الالكتورنية إلى تطبيقات متعدده وإزدياد عدد الشركات التي تتعامل معها إلى أن تصبح مؤسسات وبائعي تجزئه ومؤسسات خدماتية .

فوائد التجارة الالكترونية للمشتري

1- الدخول إلى الاسواق العالمية في اي وقت: دخول الاسواق التجارية دون حدود حيث أصبح العالم سوقاً مفتوحا للمشتري بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع و المشتري ويكون عمليات الشراء و ينهي معاملاته والبيع على مدار الساعه .
2- إتاحة خيارات افضل وتكلفة اقل : تسمح بالوصول الى شركات ومنتجات غير متوافرة بالقرب والمقارنة بين السلع ومعاينتها وبالتالي يودي الى تشجيع المنافسة بحيث يحصل المشتري على عرض افضل وخفض الاسعار (تكلفة خدمة الاتصال بالانترنت) وتقليل قيمة الشـراء .
3- الحصول على عينات مجانية للمنتجات الرقمية : يتم إعطاء عينات مجانية تحتوي على معلومات تفصيلية عن المنتج أو الخدمة
4- سهولة عملية التسوق وسرعتها : سهولة البحث عن البضائع والخدمات والشراء بوقت قصير بمجرد الدخول الى الموقع المطلوب و التسجيل طلب شراء فعند شراء سلعة رقمية يتم الارسال مباشرة والسلع المادية ترسل بوسائل النقل
5- التفاعل بين الزبائن : تبادل الخبرات والآراء حول المنتج أو الخدمة بإستخدام شبكة الانترنت .

* علل نفقة عملية الشراء الالكتروني اقل من الشراء التقليدي (تكلفة خدمة الاتصال بالانترنت)
لان عملية زيارة الشركات في موقعها الجغرافي من اجل المقارنة اكثر صعوبة من تكلفة من تكلفة خدمة الاتصال بالانترنت

قارن بين السلع الرقمية و السلع المادية من حيث طريقة الحصول عليهما بعد عملية الشراء الالكتروني مبينا مثال عليها
سلعة رقمية (الكتب الالكترونية و البرمجيات) يتم الارسال مباشرة من الموقع خلال عملية التنزيل
السلع المادية (الكتب الورقية او الاجهزة او الالعاب) : يتم ارسالها بوسائط النقل التقليدية خلال مدة تعتمد على البعد الجغرافي بين البائع و المشتري و طبيعة وسيلة النقل

فوائد التجارة الالكترونية للبائع

1- تخفيض التكلفة وزيادة الارباح : إن اعداد متجر الكتروني الكتروني اقل تكلفة من اعداد المتجر الفعلي و صيانتة فالتجارة الالكترونية خفضت تكلفة المعاملات و عدد الموظفين مقارنة بالتجارة التقليديه من خلال الاستغناء عن المعاملات الورقية و معالجتها و توزيعها و حفظها و استرجاعها مما ادى الى زيادة الارباح
2- توسيع الاسواق بالوصول الى الاسواق العالمية : بوجود خدمة الانترنت إختفت الحواجز الجغرافية مع الاسواق البعيدة فازداد حجم الاعمال .
3- الدقة المتناهية والسرعة في نقل المعلومات : إن عملية حفظ المعلومات بشكلها الرقمي تبدأ لحظة إدخال طلب الشراء وليس كما في التجارة التقليدية التي تمر بمراحل عدة تبدا من
طلب الشفوي و تحويل الى فاتورة مكتبية و تخزينها في قواعد البيانات .

المحددات التي تعترض تطور نمو التجارة الالكترونية

1- محدودية قدرات مستخدمي الانترنت ومهاراتهم و الدخول الى المواقع و اجراء العمليات التجارية
2- قلة الامكانيات المادية مما يمنع من شراء حاسوب او الالتزام بالدفعات الشعرية على إستخدام انترنت .
3- صعوبة مواكبة تطور البرمجيات والتقنيات الالكترونية .
4- عدم توفر بيئة قانونية وتشريعية ذات مواصفات عالمية لتطبيق التعامل التجاري الالكتروني .
5- إختفاء العادات والتقاليد المتبعة عن الشراء مثل الاستمتاع بالتسوق و التفاوض على السعر و التعامل مع البائع كما ان البعض لا يثقون بالباعة المجهولين و المعاملات غير الورقية .
6- عدم القدرة على فحص السلع قبل الشراء و التاكد من جودة المنتجات و مطابقتها للمواصفات العالمية .
7- إمكانية التزوير والاحتيال في التجارة الالكترونية بسبب اعمال القرصنة الالكترونية .



الدرس الثاني : البنية التحتية للتجارة الالكترونية

البنية التحتيه لتجارة الالكترونية هي الوسائل الالكترونية التي يتم من خلالها تبادل المعلومات و انتقالها

التكنولوجيا الحديثة - هي التكنولوجيا التي تمثل تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات و تكنولوجيا الانترنت

المتطلبات الاساسية للتجارة الالكترونية

1- جهاز حاسوب: و تقوم بعملية ادخال البيانات و معالجتها و تصميم طريقة عرضها و استرجاعها
2- شبكات إتصال : الشبكات الداخلية التي تتيح نقل المعلومات باتجاهين (لنقل المعلومات لموظفين داخل المؤسسة) وشبكات الانترنت لتبادل المعلومات بين مشتركين الانترنت .
3- مواقع الكترونية : لعرض المنتجات و الخدمات وتمتاز هذه المواقع بالتصاميم الجذابة و واجهات الامامية الالكترونية بلغات المختلفة و معلومات تفصيلية عن المنتج على شكل ادلة الكترونية و تقنيات حديثة لتلبية الطلبات الخارجية و معالجة عمليات الدفع المالي و تحتوي على عربات للتسوق عبر الانترنت و يتم تصمم مواقع الانترنت بلغتي جافا و HTML
4- برمجيات خاصة بالتجارة الالكترونية: تتيح للبائع و المشتري اتمام الصفقات التجارية عبر الانترنت مثل انظمة الحماية وقراءة التواقيع

عربات للتسوق عبر الانترنت

علل ما يلي ؟

1- تتمتع المواقع الالكترونية بتصاميم جذابة و لغات مختلفة ؟
لجذب عدد من الزوار للمواقع للاطلاع على المنتجات ومن مختلف الجنسيات
2- تحتوي المواقع الالكترونية على عربات الكترونية للتسوق عبر الانترنت ؟
يستخدمها الزبائن في جمع البضائع ووضعها في العربة الى حين الانتهاء من التسوق
3- تحتوي المواقع الالكترونية على أحدث التقنيات التكنلوجية
لتلبة الطلبات التجارية ومعالجة عمليات الدفع المالي

على ماذا يعتمد حجم نمو التجارة الالكترونية وانتشارها ؟ توافر البنية التحتية واستطمال المتطلبات الاساسية اللازمة لها

التجارة الالكترونية عبر الهاتف : هي عملية اجراء معاملات بنكية و عمليات شراء وبيع من خلال الهاتف الخلوي

بعض الامثلة على استخدام التجارة الالكترونية عبر الهاتف الخلوي
1- إجراء معاملات بنكية . 2 - عملية شراء الاسهم وبيعها . 3- شراء بعض الخدمات الرقمية .

الدرس الثالث : التسويق والتسوق الالكتروني

التسويق الالكتروني
- ترويج البضائع و الخدمات عبر شبكة الانترنت و ذلك من خلال موقع الكتروني يحتوي على صور البضائع و الخدمات المراد تسويقها و يتم اعلان عن اسم الموقع وما يحتويه من خلال المواقع الالكترونية الاخرى على شبكة الانترنت و بطرق ووسائل الكترونية مختلفة .

انواع التسويق
1- التسويق التقليدي : ويتم من خلال الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع والمعارض المحلية ومندوبي المبيعات المتجوليين
2- التسويق الالكتروني : ويتم من خلال الانترنت حيث تقوم الشركات التجارية و الباعة بعرض بضائعهم و خدماتهم من خلال موقع الكتروني يحتوي على صور البضائع و الخدمات المراد تسويقها و يتم اعلان عن اسم الموقع وما يحتويه من خلال المواقع الالكترونية الاخرى على شبكة الانترنت.

التسوق الإلكتروني
أن يشتري الشخص عن طريق المواقع الإلكترونية المخصصة وتوفر لة خيارات عديدة لتوصل الى المنتجات و الشركات في مكان في العالم و تمكنه من مقارنة الجودة والأسعار.

خطوات و الطرق التي توفرها المواقع لاتمام عملية شراء منتج عبر الإنترنت
1- البحث عن المنتج : نكتب اسم المنتج في مكان المخصص لبحث وننقر على زر GO في صفحة الموقع التجاري الإلكتروني فتظهر نتائج البحث حسب ما هو متوفر في قواعد بيانات الموقع .
2- تعبئة نموذج المعلومات: كتابة المعلومات اللازمة لتوصيل المنتج للمشتري
3- تحديد طريقة الدفع : يعد الدفع المالي متمما للتجارة سواء كانت تقليدية او الالكترونية
بالبطاقة الإئتمانية ,الشيكات الإلكترونية ,النقد الرقمي الإلكتروني.
4- ارسال رسالة التأكيد : حيث يرسل الموقع رسالة الكترونية إلى المشتري لتأكيد نجاح عملية الشراء

النصائح التي تجعل الشراء عبر الإنترنت مجديا وممتعا
1- تصفح مواقع مختلفة لحصول على افضل المواصفات والاسعار .
2- الشراء عبر مواقع آمنة
3- التأكد من صحة البيانات و الارقام الخاصة بقيمة المشتريات و تفاصيل البطاقة الائتمانية قبل التخزين معلوماتك في الموقع الذي ستشتري منة
4- الحفاظ على معلومات البطاقة الإئتمانية(لا ترسل عبر بريد إلكتروني او عبر غرف المحادثة).
5- استخدم محركات بحث متخصصة للبحث عن السلع و مواصفاتها و مقارنة الاسعار في مواقع مختلفة و تكون النتائج مرتبة حسب السعر و تمكننا من ترتيب النتائج.

كيف يمكن أن يكون الموقع آمن؟
1- يحافظ على سرية البيانات والبطاقات الإئتمانية . 2- يحمي من السرقة وسوء الاستخدام.

كيف يمكن معرفة إذا ما كان الموقع آمنا؟
1- ظهور قفل معدني صغير على شريط الحالةفي نافذة الموقع
2- يبدأ عنوان الموقع الآمن بالأحرف https بدلا من http حيث(s) تدل على موقع آمن (secure).

ثلاثة من محركات البحث عن السلع
1- priceline.com
2- froogle.com
3- shopping.com
4- pricegrabber.com

الدرس الرابع : انواع التجارة الالكترونية

يتم تصنيف التجارة الالكترونية حسب (معايير تصنيف انواع التجارة الالكترونية)
1- مستوى استخدام الانترنت في العمليات التجارية
2- حسب هوية طرفي العملية التجارية

امثله على منتجات الصيغ الرقمية
1- نصوص 2- صور 3- الاصوات 4- الفيديو

مميزات نقل منتجات الرقمية عبر الانترنت
* يمكن لطرفي العلاقة استقبال المعلومات و ارسالها في ان واحد و بصورة سريعة *

أنواع التجارة الإلكترونية حسب استخدام الإنترنت
1- تجارة إلكترونية بحتة
2- تجارة إلكترونية جزئية

تجارة إلكترونية بحتة : يتم فيها انجاز العملية التجارية بالكامل عبر الإنترنت مثل تجارة الكتب الإلكترونية والبرامج .

تجارة إلكترونية جزئية : يتم انجاز أحد العناصر العملية التجارية على الاقل بالطريقة التقليدية و ليس على الانترنت مثل شراء الملابس فيتم الشراء عبر الإنترنت والنقل بوسيلة تقليدية مثال اخر هو الكتب الورقية

أنواع التجارة الإلكترونية حسب هوية طرفي العملية التجاربة
1- شركة إلى شركة B2B
2- شركة إلى مستهلك B2C
3- شركة إلى حكومة B2G
4- المستهلك إلى الحكومة C2G
5- المستهلك إلى الشركة C2B
6- مستهلك إلى مستهلك C2C

شركة إلى شركة B2B : تتم بين الشركات والمؤسسات و يكون البيع والشراء و تبادل المعاملات بين شركتين مثل التحويلات المالية بين البنوك وتتمتاز انها تستحوذ على نسبة كبيرة من اجمالي حجم التجارة الالكترونية و تودي الى تخفيض التكاليف و تسريع انجاز المعاملات

شركة إلى مستهلك B2C : يكون البيع والشراء بين الشركة والمستهلك مثل شراء الكتب والبرامج
و تشمل قطاعات التجزئة التي تبيع المنتجات و الخدمات للمستهلكين عبر شبكة الانترنت على المستوى المحلي و العالمي

شركة إلى حكومة B2G : هي التفاعلات بين الشركات والحكومة مثل دفع الضرائب ورسوم الترخيص والجمارك و تخليص البضائع وما تقوم بة المؤسسات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية

المستهلك إلى الحكومة C2G :يتمثل هذا النوع بما يسمى الحكومة الالكترونية حيث يستطيع المواطن اجراء معاملاتة عن طريق الانترنت مثل تجديد رخصة قيادة بحيث يقدم الطلب و يدفع الرسوم عبر الانترنت ثم يتم ارسال الرخصة عن طريق البريد العادي

المستهلك إلى الشركة C2B : يقوم المستهلك بعرض خدماته وبيع بضائعه للمؤسسات و البحث عن المتاجر التي تقدم المناقصات على البضائع و الخدمات التي يحتاجونها

مستهلك إلى مستهلك C2C : عملية الشراء والبيع تكون بين مستهلك ومستهلك آخرمباشرة من خلال وضع اعلانات على المواقع الشخصية في الانترنت بهدف البيع الاغراض الشخصية او الخبرات و يشتمل ذلك المزادات الإلكترونية وعرض البضائع للتفاوض على السعر و الخدمات بين البائع و المشتري

ملاحظات هامة :
* التجارة الإلكترونية e-Commerce ليست رديفًا لاصطلاح الأعمال الإلكترونية e-Business. فالأعمال الإلكترونية أوسع نطاقًا وأشمل من التجارة الإلكترونية، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتية، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد بالزبون .

* أخطاء شائعة:
- يظن بعض الطلبة أن التجارة الإلكترونية هي التي يستخدم فيها الحاسوب فقط كما يتم في معظم المتاجر التقليدية، والصواب أن هذه عمليات تجارية تقليدية لأنها لم تستوف شروط التجارة الإلكترونية.

* تؤدّي التجارة الإلكترونية عند انتشارها إلى تقليل الازدحام المروري وتوفير الطاقة، وتقليل نسبة الأوراق المتداولة بين الأفراد، وخفض نسبة التلوث البيئي.

- إن استخدام الهاتف المحمول في التجارة الإلكترونية مكّن من القيام بها في كل مكان وزمان.
- يتشابه التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني في الأهداف، ويختلفان في الوسائل والأدوات.
- تعتبر الرسائل القصيرة للهواتف الخلوية SMS من وسائل التسويق الإلكتروني.
- يطلق على بطاقات الائتمان مصطلح النقود البلاستيكية.

* الشيك الإلكتروني : هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقيّة التقليدية، وهو عبارة عن رسالة إلكترونية موثّقة ومؤمّنة، يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله)؛ ليعتمده، ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت.

* ينصح باستعمال بطاقة ائتمانية واحدة فقط للشراء عبر الإنترنت، وتخصيصها لهذا الغرض، حتى يسهل اكتشاف أيّ محاولة لاستعمالها بطرق غير مشروعة.

* أنواع التجارة الإلكترونية حسب هوية طرفي العملية التجارية المذكورة في الكتاب ليست هي الوحيدة التي تستخدم، وإن كانت الأكثر استخدامًا وشهرة، ويمكن أن تستحدث أنواع جديدة؛ وذلك بسبب التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات وشبكة الإنترنت.

إجابات أسئلة الدرس الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية وفوائدها ومحدداتها

1- التجارة الإلكترونية: مجموعة متكاملة من عمليات التسويق والإنتاج والتوزيع والبيع للسلع والخدمات باستخدام شبكة الإنترنت.

2- بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية بالتحويلات الإلكترونية للأموال.

3- العامل الرئيس الذي أدى إلى توسيع تطبيقات التجارة الإلكترونية هو: التبادل الإلكتروني للبيانات.

4- قدمت التجارة الالكترونية فوائد عديدة للبائع والمشتري منها :

فوائد التجارة الإلكترونية للبائع:
أ- تخفيض التكلفة وزيادة الأرباح.
ب- توسيع الأسواق بالوصول إلى الأسواق العالمية.
ج- الدقة المتناهية والسرعة في نقل المعلومات.

فوائد التجارة الإلكترونية للمشتري:
أ- الدخول إلى الأسواق العالمية الإلكترونية في أي وقت.
ب- إتاحة خيارات أفضل وتكلفة أقل.
ج- الحصول على عينات مجانية للمنتجات الرقمية.
د- سهولة عملية التسوق وسرعتها.
هـ- التفاعل بين الزبائن.

5- أدت التجارة الإلكترونية إلى زيادة أرباح البائع للأسباب الآتية:
أ- تكلفة إعداد متجر إلكتروني أقل من بناء متجر فعلي وصيانته، كما أنه يتطلب عدداً أقل من الموظفين.
ب- كلفة المعاملات المستخدمة أقل بسبب الاستغناء عن المعاملات الورقية ومعالجتها وتوزيعها وحفظها واسترجاعها.

6- تعمل التجارة الإلكترونية على خفض تكلفة شراء السلع وذلك للأسباب الآتية:
أ- تكلفة المتجر الإلكتروني أقل من تكلفة بناء متجر فعلي وصيانته.
ب- المتاجر الإلكترونية تحتاج إلى عدد أقل من الموظفين.
ج- تخفيض كلفة المعاملات المتعلقة من خلال الاستغناء عن المعاملات الورقية ومعالجتها وتوزيعها وحفظها واسترجاعها.
د- وجود خيارات عديدة ومنافسات كثيرة.
(تعتمد أي إجابة أخرى معقولة).

إجابات أسئلة الدرس الثاني: البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

1- المقصود بكل من:
أ- التجارة الإلكترونية عبر الهاتف المحمول: التجارة الإلكترونية التي تستخدم الهاتف المحمول المجهز بطريقة مناسبة.
ب- عربة التسوق الإلكترونية: عربة افتراضية يستخدمها زبائن المتاجر الافتراضية في جمع البضائع بغرض الشراء، فيضعون فيها البضائع إلى حين الانتهاء من عملية التسوق.

2- وظيفة كل من الآتية في التجارة الإلكترونية:
الموقع الإلكتروني: لعرض المنتجات أو الخدمات.
الشبكات: نقل المعلومات باتجاهين.

3- المتطلبات الأساسية للتجارة الإلكترونية:
1- أجهزة حاسوب.
2- شبكات اتصال.
3- مواقع إلكترونية.
4- برمجيات خاصة بالتجارة الإلكترونية.

4- من المميزات التي تتمتع بها مواقع التجارة الإلكترونية:
1- التصميمات الجذابة.
2- الواجهات الأمامية الإلكترونية بلغات مختلفة.
3- توفر معلومات تفصيلية عن المنتجات والخدمات على شكل أدلة إلكترونية.
4- توظف تقنيات حديثة لتلبية الطلبات التجارية ومعالجة عمليات الدفع المالي.
5- توفر عربات إلكترونية للتسوق عبر الإنترنت.

5- دور شبكة الإنترنت في التجارة الإلكترونية:
أ- لا وجود للتجارة الإلكترونية دون وجود شبكة الإنترنت.
ب- يمكن من خلال شبكة الإنترنت البحث عن البضائع أو الخدمات والوصول إليها بكل سهولة.
ت- ج- يمكن الحصول على المنتجات الرقمية بسرعة وسهولة من خلال شبكة الإنترنت.
ث- د- معظم وسائل الدفع في التجارة الالكترونية تتم من خلال الإنترنت.
ج- هـ- تتيح شبكة الإنترنت عرض المنتجات على المواقع الإلكترونية بطريقة جذابة.

6- يعتمد حجم نمو التجارة الإلكترونية وانتشارها على مدى توافر البنى التحتية واستكمال المتطلبات الأساسية اللازمة لها.

إجابات أسئلة الدرس الثالث: التسويق والتسوق الإلكتروني

1- المقصود بكل من:

أ- التسويق الإلكتروني: عملية ترويج البضائع والخدمات عن طريق شبكة الإنترنت وذلك من خلال مواقع إلكترونية تحتوي على صور البضائع والخدمات المراد تسويقها أو من خلال الإعلان عن الموقع وما يحتويه على المواقع الإلكترونية الأخرى.

ب- التسوق الإلكتروني: أن يشتري الشخص حاجياته عن طريق مواقع إلكترونية مخصصة، توفر له خيارات عديدة من خلال الوصول إلى منتجات وشركات في أي مكان من العالم، وتمكنه من مقارنة الجودة والأسعار بكل سهولة ويسر.

2- من وسائل التسويق التقليدي (أي أربعة من الآتية أو غير ها):
أ- الصحف.
ب- المجلات.
ج- التلفاز.
د- المذياع.
هـ- المعارض المحلية.
و- مندوبي المبيعات المتجولين.

3- من النصائح التي تجعل عملية الشراء عبر الانترنت آمنة:
أ- تصفّح المواقع المختلفة التي تعرض السلعة المطلوبة لتحصل على أفضل المواصفات وأنسب الأسعار.
ب- اشترِ دائماً من موقع آمن (Secure Website)، حيث تحافظ مثل هذه المواقع على سرية البيانات والأرقام الخاصة بالبطاقة الائتمانية، وتعمل على حمايتها من السرقة أو إساءة الاستخدام.
ج- تأكد من صحة البيانات والأرقام الخاصة بقيمة المشتريات وتفاصيل البطاقة الائتمانية، قبل تخزين معلوماتك في الموقع الذي ستشتري منه.
د- لا تُرسل تفاصيل البطاقة الائتمانية وبيانات أرقامها عبر البريد الإلكتروني أو عبر غرف المحادثة أبداً.
هـ- استخدم محركات بحث متخصصة للبحث عن السلع ومواصفاتها ومقارنة الأسعار في مواقع مختلفة، لأنها تعطي نتائج البحث عن سلعة ما في عدد كبير من المواقع التجارية، وتكون تلك النتائج مرتبة حسب السعر.

4- من وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية:
أ- البطاقات الإئتمانية.
ب- الشيكات الإلكترونية.
ح- النقد الرقمي الإلكتروني.

5- من علامات الموقع الآمن:
أ- ظهور علامة قفل معدني صغير على شريط الحالة في نافذة الموقع.
ب- يبدأ الموقع الآمن عادة بأحرف (https) بدلاً من أحرف (http) حيث يشير حرف (s) إلى كلمة آمن (Secure).

6- التعليل:
أ- ينصح بتصفح المواقع المختلفة التي تعرض السلعة المطلوبة للحصول على أفضل المواصفات وأنسب الأسعار.
ب- لا ينصح بإرسال تفاصيل البطاقة الائتمانية وبيانات أرقامها عبر البريد الإلكتروني أو عبر غرف المحادثة حتى لا تتعرض للقرصنة والاستيلاء عليها من قبل الغير.

7- التسويق التقليدي يتم بأدوات ووسائل تقليدية مثل الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع ومندوبي المبيعات والمعارض، كما أنه ذو تكلفة مرتفعة وانتشار محدود. بينما يتم التسويق الإلكتروني باستخدام مواقع إلكترونية تعرض صور البضائع والمنتجات والخدمات، كما أنه يتم بتكلفة منخفضة وانتشار واسع.

إجابات أسئلة الدرس الرابع: أنواع التجارة الإلكترونية

1- من مميزات التعامل مع المنتجات الرقمية:
أ. سرعة وسهولة الحصول عليها.
ب. يمكن لطرفي العلاقة استقبال المعلومات وإرسالها في آن واحد.

2- من أنوع التجارة الإلكترونية حسب هوية طرفي العملية التجارية (أي أربعة من الآتية):
أ- الشركة إلى الشركة (Business to Business -B2B).
ب- الشركة إلى المستهلك (Business to Customer -B2C).
ج- الشركة إلى الحكومة (Business to Government - B2G)
د- المستهلك إلى الحكومة (Customer to Government - C2G)
هـ- المستهلك إلى الشركة (Customer to Business-C2B).
و- المستهلك إلى المستهلك (Customer to Customer -C2C).

3- يمكن للفرد أن يحقق أرباحا من خلال التجارة الإلكترونية بأن:
1- يستخدم الفرد الإنترنت لعرض خدماته وبيع بضائعه للمؤسسات.
2- يمكن الفرد البحث عن متاجر تقدم مناقصات على البضائع والخدمات التي يحتاجها.
3- يستطيع الفرد وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الإنترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين.
4- يعرض الفرد مواده في المزاد (Auction) على الإنترنت، ليتم التفاوض على سعر السلع والخدمات بين البائع والمشتري.

4- نوع التجارة الإلكترونية الذي يتم فيه:
أ- دفع الضرائب ورسوم الترخيص والجمارك وتخليص البضائع باستخدام الإنترنت: هو "الشركة إلى الحكومة".
ب- بيع الأغراض الشخصية والخبرات للآخرين باستخدام الإنترنت: هو "المستهلك إلى المستهلك".

5- التجارة الإلكترونية البحتة: هي التي يتم فيها إنجاز العملية التجارية بالكامل من خلال الإنترنت.
من الأمثلة على التجارة الإلكترونية البحتة، تجارة البرمجيات والكتب الإلكترونية.

6- تحديد نوع التجارة الإلكترونية المستخدمة (بحتة أو جزئية) حسب المنتج:

المنتج	تجارة إلكترونية بحتة	تجارة إلكترونية جزئية
شراء كتب لغة إنجليزية.		√
شراء مجلات علمية مختلفة.		√
استخدام مواقع برامج تعليمية وتنزيلها على أجهزة الحاسوب في المدرسة.	√	
مراسلة إحدى المؤسسات التعليمية العالمية للسماح لطلابها بالتقدم لامتحانات تلك المؤسسة عن بعد مقابل رسوم معينة.	√	
برمجيات تعليمية مخزنة على أقراص مدمجة.		√

إجابات أسئلة الوحدة الرابعة: التجارة الإلكترونية

1- المصطلح المناسب للعبارات الآتية:

الفرع	العبارة	المصطلح المناسب
أ	الترويج لبضاعة أو خدمة باستخدام وسائل مؤثرة تستجلب الزبائن وتقنعهم بالشراء عبر الإنترنت.	التسويق الإلكتروني
ب	التجارة الإلكترونية التي تدار بالكامل أو جزئياً في البيئة اللاسلكية.	التجارة الالكترونية عبر الهاتف الخلوي (Mobile Commerce)
ج	لا تتم التجارة الإلكترونية إلا بوجودها لتتيح تناقل المعلومات باتجاهين.	شبكات الاتصال
د	يتم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بين الشركات والمؤسسات.	تجارة الكترونية نوع الشركة إلى الشركة(B2B)

2- تحديد العبارات الصحيحة والخاطئة:

الفرع	أ	ب	ج	د
الإجابة	صحيحة	صحيحة	خاطئة	خاطئة

3- الفرق بين التجارة الإلكترونية من نوع المستهلك إلى الحكومة (C2G) ونوع المستهلك إلى المستهلك (C2C) هي في الجدول الآتي:

المستهلك إلى الحكومة	المستهلك إلى المستهلك
يتم هذا النوع بين مستهلك وحكومة، حيث يستطيع المواطن إنجاز معاملاته الحكومية عن طريق الإنترنت، مثل تجديد رخصة السيارة دون الحاجة للذهاب إلى دائرة الترخيص، حيث يقوم بتعبئة نموذج خاص ويدفع الرسوم المقررة عن طريق الإنترنت، ثم يتم إرسال الرخصة الجديدة إليه عن طريق البريد العادي.	يتم هذا النوع بين مستهلك ومستهلك آخر، حيث يسمح بعملية البيع والشراء من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الإنترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها التعاملات التجارية بين الأفراد. حيث تسمح الكثير من مواقع المزادات للأفراد بعرض موادهم في المزاد (Auction) على الإنترنت، ليتم التفاوض على سعر السلع والخدمات بين البائع والمشتري.

4- خطوات شراء منتج عبر الإنترنت:
أ- البحث عن المنتج.
ب- تعبئة نموذج معلومات.
ج- تحديد طريقة الدفع.
د- إرسال رسالة التأكيد.

5- المعيار الذي صنفت التجارة الإلكترونية على أساسه إلى تجارة إلكترونية بحتة أو جزئية هو حسب استخدام الإنترنت.

6- من محددات التجارة الإلكترونية (أي أربعة من الآتية):
أ- محدودية قدرات ومهارات مستخدمي الإنترنت، والدخول إلى المواقع الإلكترونية وإجراء العمليات التجارية.

ب- قلة الإمكانات المادية عند عامة الناس، مما يمنعهم من شراء توافر أجهزة حاسوب والالتزام بالدفعات الشهرية المترتبة على استخدام الإنترنت.
ج- صعوبة مواكبة التطورات المتسارعة في البرمجيات والتقنيات الإلكترونية.
د- عدم توافر بيئة قانونية وتشريعية ذات مواصفات عالمية لتطبيق التعامل التجاري الإلكتروني بشكل يتناسب مع واقع المجتمع وبين الدول.
هـ- اختفاء العادات والتقاليد المتبعة عند الشراء، مثل الاستمتاع بالتسوق، والتفاوض على السعر، والتعامل مع البائع وجهاً لوجه. كما أن بعض الزبائن لا يثقون بالباعة المجهولين الذي لا يرونهم، ولا يثقون بالمعاملات غير الورقية ولا بالنقد الإلكتروني .
و- عدم القدرة على فحص السلع قبل شرائها، والتأكد من جودة المنتجات ومطابقتها للمواصفات العالمية.
ز- إمكانية تعرض بعض عمليات التجارة الإلكترونية للتزوير والاحتيال نتيجة لأعمال القرصنة الإلكترونية.

7- ينصح بالشراء من موقع آمن أثناء عملية التسوق الإلكتروني لأن المواقع الآمنة تحافظ على سرية البيانات والأرقام الخاصة بالبطاقة الائتمانية، وتعمل على حمايتها من السرقة أو إساءة الاستخدام.

8- المرتكزات التكنولوجية للتجارة الإلكترونية هي:

أ- تكنولوجيا المعلومات.

ب- تكنولوجيا الاتصالات.

ج- تكنولوجيا الإنترنت.